人々とソニー

ソニーとステークホルダーの歩み

株主

1970年
ニューヨーク証券取引所上場

1961年
日本企業として初めて
ADR（米国預託証券）を発行

2001年
ソニーCS憲章を制定

1958年
東京証券取引所上場

1963年
お客様ご相談センターを国内に開設

お客様

コミュニティー

2003年
ソニーMVP認定制度導入

2000年
社内教育機関
ソニーユニバーシティ設立

Contribution(貢献)=Compensation(報酬)にもとづいた新処遇制度の導入開始

2000年
ボランティア活動推進プログラム
「Someone Needs You」開始

1984年
ソニー音楽芸術振興会設立

1998年
ソニー安全衛生基本方針を制定

1972年
ソニー教育振興財団設立

ソニー・アメリカ財団設立

1992年
目標設定＆レビューを行う
自己申告制度実施

1959年
ソニー理科教育振興基金を開始

1966年
社内募集制度導入

社員

ソニー・サウス・アフリカのコミュニティー・アップリフトメント・プログラム（南アフリカ）（35ページ参照）

株主

ソニーは、全世界の株主や投資家に対して適時に、適法な、また十分な内容の、公正で、正確な、そして理解しやすい情報を開示し、IR※1活動を通じて株主や投資家とのコミュニケーションを積極的に行っています。

株式上場の歴史について

ソニー(株)は、1955年8月、東京店頭市場に株式を公開し、その後、1958年12月、東京証券取引所に上場しました。1961年6月には、日本企業として初めてADR(米国預託証券)を発行、さらに1970年9月、ニューヨーク証券取引所に上場し、日本企業の海外における資金調達の先駆けとなりました。

情報開示とコミュニケーション

ソニーの情報開示は、全世界の株主や投資家に対し、適法・公正で、正確な、そして理解しやすい十分な内容の情報を適時に開示することを基本方針としています。

業績説明会・経営方針説明会などのIRイベントやアニュアルレポート・ファクトブックなどのディスクロージャー書類、投資家情報ウェブサイトを通じて、財務情報、ソニーの経営方針・戦略など、重要な経営情報をタイムリーに公開し、経営の透明性の向上を図っています。

主なIRイベント

業績説明会（四半期ごと）
経営方針説明会
各種事業説明会
株主総会／株主懇談会
個人投資家向け説明会
機関投資家・アナリスト取材対応　など

ディスクロージャー書類

業績発表文(四半期ごと)
アニュアルレポート
米国証券取引委員会宛 年次報告書 Form 20-F
有価証券報告書
半期報告書
ファクトブック(四半期ごと)
グループ報告書(中間/年度)

投資家情報ウェブサイト

ソニーでは、経営に関する情報を、迅速に投資家情報ウェブサイトに掲載することで、法人・個人、国内外を問わず、より多くの株主や投資家への公平な情報開示を推進しています。

ウェブサイトでは、マネジメントからのメッセージをはじめ、業績や製品に関する最新情報、各種ディスクロージャー書類、株式・社債情報などをご覧いただけます。

また、機関投資家やアナリスト向けの業績説明会・経営方針説明会の模様を中継しており、プレゼンテーション資料の閲覧に加え、海外の機関投資家向けに行うコンファレンス・コール(電話会議)も聞くことができます。業績やソニーの経営全般に関する質問をウェブサイト上で四半期ごとに受け付け、IR担当役員が直接回答するコーナーも設けています。

さらに、ソニーグループ関連のニュースをパソコン向け、および携帯電話向けにタイムリーに提供するIRニュースメール配信のサービスも行っています。

※1 Investor Relations＝企業が株主や投資家に対し、必要な情報を適時、適正、迅速、公平に継続して提供する活動のこと。

URL ソニーの投資家情報　http://www.sony.co.jp/IR/

株主との直接のコミュニケーション

ソニーは株主総会を、株主との直接のコミュニケーションの場として重要であると認識しています。株主総会終了後も株主懇談会を開催し、株主が経営陣と直接対話する機会を設けています。2006年6月の定時株主総会には約7,200名、株主懇談会には約2,000名の株主が出席しました。同時に、商品展示会場を開設し、ソニーの製品・技術ならびにCSR活動をご紹介しました。

一方、株主総会当日に出席できない株主が、できる限り多く事前に決議に参加できるよう、従来の郵送に加えて、パソコンや携帯電話によるインターネットを利用した議決権行使も積極的に導入しています。

また、株主総会および株主懇談会の模様(録画)を、投資家情報ウェブサイトで公開しています。

2006年6月に開催された定時株主総会(東京)

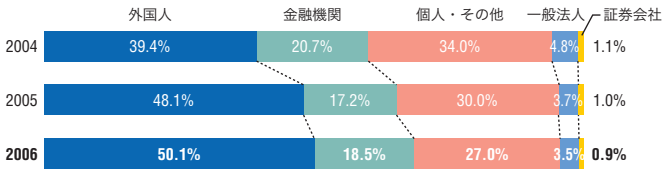
商品展示会場でのCSR活動の紹介

株式の所有者別状況

2006年3月31日現在、総株主数は約72万名でした。株式の所有者別状況を見ると外国人株主50.1%、金融機関18.5%、個人・その他27.0%、一般法人3.5%、証券会社0.9%となっています。近年、機関投資家を中心とした外国人株主の持株比率が増加しています。

株式の所有者別状況

(各年3月31日現在)



社会的責任投資(SRI)指数への組み入れ状況

近年、従来の財務分析による投資基準に加え、社会・倫理・環境などの観点から企業を評価・選別するSRI指数やSRIファンドが、世界各地で設定されています。

ソニーのCSRへの取り組みは、国内外から評価を受けており、ソニーの株式は代表的なSRI指数に組み入れられています(2006年6月1日現在)。例えば、1999年に開発されたダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスにおいては、ソニーは初年度から毎年インデックスの構成に選出されており、2005年には初めて業種別評価でのトップに選ばれました。

ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス
ダウ・ジョーンズ・インデックス(米国)、STOXX(スイス)とサム・グループ(スイス)が共同で開発。

FTSE4Goodグローバル100・インデックス
フィナンシャル・タイムズ(英国)とロンドン証券取引所の合弁会社FTSEグループが開発。

お客様：品質とカスタマーサティスファクション

ソニーでは、お客様に「満足感」「信頼感」「安心感」を提供できるよう、お客様の視点で製品品質・サービス品質のさらなる向上を目指しながら、さまざまな活動に取り組んでいます。

CS※1理念・基本方針

ソニーは創業以来、お客様の視点に立った製品・サービスの提供を最優先事項として、CSの重要性を経営基盤の一つに据えてきました。その理念は、設立趣意書(1946年、ソニーの創業者、井深大、起草)にも記されています。常にお客様視点を持ち、より質の高いCSを実現すること、「お客様にとって最も信頼されるパートナー」であり続けることは、ソニーにとって最大の目標であり、使命であると考えます。

この理念のもと、ソニーでは2001年度より「ソニーCS憲章」を制定し、顧客満足のさらなる向上を図っています。

ソニーCS憲章

ソニーは、ブロードバンド時代においても、世界中のお客様にとって身近で最も信頼されるパートナーであり続けることを目指します。

- 常にお客様の声に耳を傾けます
- 高いクオリティと夢のある商品やサービスを提供し続けます
- 社員一人一人がお客様との信頼を築くため行動します
- 信頼に基づく、満足と夢のコミュニティーの創造を推進します
- 社会への貢献と調和を目指した企業活動を継続します

ソニーは、CSの理念、「ソニーCS憲章」に加え、2005年度に提唱したカスタマービューポイント(顧客視点)イニシアチブにより、一層のお客様第一主義を実践し、魅力ある製品づくりを行っていきます。

※1 Customer Satisfaction＝カスタマーサティスファクション(顧客満足)。

顧客視点での品質基準の制定および体制強化

ソニーは、品質改善を全社的な重要経営課題として認識し、開発・企画・設計・製造から販売・サービスまでのプロセスで品質改善に取り組み、製品品質と信頼性の向上を図っています。

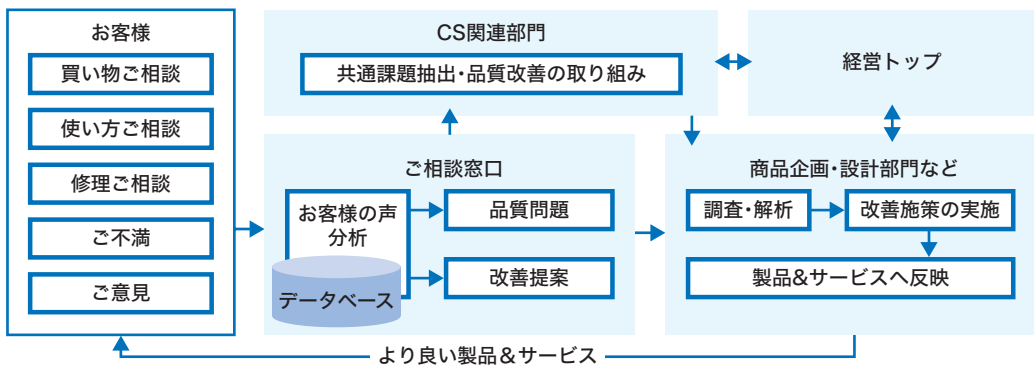
- 2004年に、顧客視点でのソニーのエレクトロニクス製品が満たすべき品質要求事項(製品の安全性と性能、表示、サービスなど)を定めたコーポレート品質基準を新たに制定。
- 製品分野、事業分野ごとに全世界で約40名のCS統括責任者を任命。
- 社長およびエレクトロニクス製品を扱う事業本部や事業グループ、生産やマーケティングのトップマネジメントによる「CS戦略会議」を、ソニーのエレクトロニクスビジネスのCS・品質領域における最高意思決定機関として定期的に開催。

お客様の声をフィードバック

ソニーでは、お客様の声を製品づくりに生かす取り組みを行っています。製品の販売直後から寄せられるお客様のご不満やご意見、製品の不具合情報については、ご相談窓口でいち早く正確に把握し、商品企画や設計部門などに伝達、連携を図っています。こうして、早期に品質改善・向上に結び付ける活動を展開しています。

その一例として、DVDレコーダーの一部機種に関するお客様の声への対応が挙げられます。映像の初期設定の切り替えが難しく、取扱説明書の記載もわかりにくいという声をもとに、後継モデルでは設定切り替えの操作性と取扱説明書の表現を改善しました。

お客様の声の活用

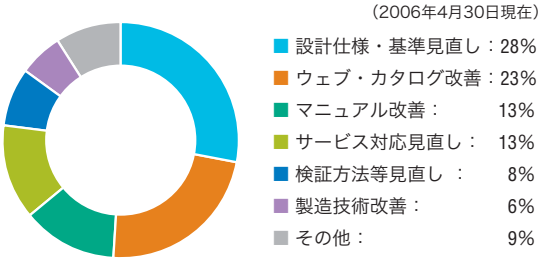


社内の品質情報窓口の開設

品質問題は早期発見が重要です。ソニーは、品質に関する問題、情報、意見などをグループ社員から幅広く収集するための品質情報窓口を2003年に設置しました。職場での解決や対応に関する判断が難しい問題、見落とされてしまったと思われる問題、またソニー製品のユーザーとして気づいた品質問題などについて、記名式で品質情報窓口の専用ホームページから連絡することができます。この窓口の事務局では、提供されたすべての情報について、事実確認を行うとともに、品質問題の未然防止策や再発防止策を立案・導入します。

窓口開設以来、寄せられた情報は、2006年4月30日現在で834件に達しました。使いやすい製品にするための提案、取扱説明書の記述をわかりやすい表現にする提案など、多岐にわたる情報により改善された項目は580項目以上に上ります。

改善項目の内訳



品質問題について

家電製品のデジタル化の進行にともない、近年、ソフトウェアの品質に起因する障害が増える傾向にあります。2005年度に起きた品質問題の半数近くがソフトウェアの品質に関するものでした。

ソニーでは、問題が起きた場合には、事実調査および処置や、お客様への情報開示および問題の改善対応を迅速に実行し、品質向上に結び付けていきます。

製品・サービスの安全性

ソニーでは、製品開発からサービスまでの全事業活動におけるあらゆる分野で、安全性の向上に取り組んでいます。

製品の安全性に関する国際規格、各国規制への適合はもとより、お客様がソニー製品によって危害・損害を被ることのないよう、全事業活動においてソニー独自の安全基準を設定し、製品の安全性をより確実なものとする取り組みを行っています。

お客様応対サービスの啓発

ソニーでは、製品品質のさらなる向上に取り組むとともに、お客様応対サービスにおいてもさまざまな取り組みを行っています。

2001年からお客様応対業務に携わる社員、およびサービスパートナーのスタッフを対象に、eラーニングによるサービストレーニングプログラムを導入し、知識の共有を実現しています。ソニーでは、そうした研修を通じて、グローバルに均質のサービスを提供できるよう努めています。

また、日本やアジアでは、電話相談、修理受付窓口、訪問修理業務に携わる社員を対象に、技術と応対を競うコンテストを積極的に実施し、CSに対する社員の意識向上に努めています。

お客様のご相談窓口の充実

ソニー製品に関するお客様からのお問い合わせに対応するための窓口として、1963年に「お客様ご相談センター」を国内に開設しました。以来、その機能を全世界へ展開しています。

国内のお客様ご相談センターでは365日、お客様のニーズに迅速に対応できるよう努めています。日本と香港のお客様ご相談センターでは、コンタクトセンター国際規格であるCOPC-2000※1基準の規格にもとづく認証を取得しています。国際的な機関に評価されたお客様重視の応対品質を、今後、全世界に展開していくことで、一層のお客様応対業務の品質向上を図っていきます。

また、ソニーはお客様とソニーをつなぐ有効な手段として、イ

製品に関する主な問題および対策

該当製品	公表時期	内容	対策
液晶プロジェクションテレビおよび液晶テレビの一部機種	2006年2月	テレビの一部機種で、ソフトウェアの不具合により、電源オンまたはオフができないなどの症状が発生した。	国内では放送ダウンロード機能を利用し、自動のソフトウェアにて修理、もしくはフリーダイヤルを設置し、無償で訪問修理を実施。海外では修正ソフトウェアの提供を実施。
デジタルスチルカメラの一部機種	2005年12月	中国浙江省工商局による品質検査で、計6モデルが基準に不合格との判定を受ける。調査の結果、製品側に品質の問題があったわけではないものの、ソニーが提出した品質等に関する書類内容に不備があったことが判明した。	中国本土で該当機種の販売を停止し、ご希望のお客様に対しては返品を行った。
デジタルスチルカメラ、カムコーダー、PDA、業務用カムコーダーの一部機種	2005年10月	製品に搭載している撮像素子（CCD）において、使用環境などの要因が重なり、カメラ撮影時に不具合が発生する場合がある。	こうした不具合が発生したものには、無償の修理などの対応を実施。

ンターネットを活用しています。ウェブサイトでは、商品情報を公開するほか、よくいただくご質問をまとめたサイト(Q&A)の充実を図っています。また、取扱説明書をウェブサイトからダウンロードできるようにするなど、製品やサービス、サポート情報をタイムリーに提供するとともに、使いやすい構成、わかりやすい記述を心がけています。

さらに国内では、パソコン初心者の方にも安心してお使いいただけるよう、さまざまなサービスの提供に取り組んでいます。オペレーターがインターネットを経由して、お客様がご使用中のパーソナルコンピュータの画面を確認しながら使い方などのご案内をさせていただくものや、お客様のご都合のよい時間に予約をしていただき、その時間にあわせてオペレーターからお客様へ電話をして使い方のサポートを行うものなど、お客様にご利用いただきやすいサービスに努めています。

※1 COPC-2000は、米国国家経営品質賞のマネジメントモデルをもとに、コールセンター(コンタクトセンター)、およびフルフィルメント(配送)業務に特化して策定されたマネジメント規格です。

お客様ご相談受付件数(2005年度)

地域	受付件数(電話、メール、書簡)
日本	4,100,000
北米	5,426,000
欧州	1,435,000
東アジア※2	2,669,000
パンアジア※3	1,143,000
中南米	1,261,000

※2 該当地域:中国本土、香港、台湾、韓国
※3 該当地域:東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア

修理サービスの推進

ソニーは、サービスステーションと修理受付認定店などをあわせて、全世界に10,000カ所を超えるサービスネットワークを擁しています。中国では「安心・便利」をテーマにした活動拠点として、2005年9月に、上海にアジア最大規模のサービスセンターがオープンしました。

お客様のご要望に迅速に対応できるよう、各地域で修理技術向上のための研修、最新の製品情報の共有化を日々実施しています。さらに、顧客視点に立った修理サービスを目指し、修理技術者のお客様とのコミュニケーション能力を向上させるよう注力しています。

また、修理サービスの品質改善に向けて他社との比較分析を積極的に行い、具体的な目標値を設定し、ソニーの相対的な強みと弱みを把握することに努めました。このほか、世界の各地域において、物流日数や修理日数の短縮、修理料金の見直しなども行っています。

修理サービス拠点数(2005年度)

地域	修理サービス拠点数
日本	700
北米	5,250
欧州	2,040
東アジア※4	340
パンアジア※5	1,320
中南米	620

※4 該当地域:中国本土、香港、台湾、韓国
※5 該当地域:東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア

接続や互換性検証の推進

ネットワーク対応の家電製品の普及にともない、機器の接続による使用が増え、同時に設計の段階から製品の接続や互換性を十分考慮し、検証を確実に行う必要性が高まっています。

ソニーでは、製品のデジタル接続や互換性検証を推進する専門組織を国内に設置しました。そこでは世界の事業所と連携をとり、規格への準拠検証や実際に機器を接続して検証を行うことを広く推進しています。また、ソニー製品の接続に関する情報をウェブサイトに掲載し、製品の接続によって広がる世界を紹介、サポートしています。

ソニー製品・サービスに関する消費者の視点からの提言

佐野 真理子氏
主婦連合会　事務局長

製品の「高度な技術」と、それを可能とする「自由闊達な社風」が特徴とされるソニーであるからこそ、提案したいことがあります。

日本では今のところ、PL法にもとづく「欠陥製品」に関する制度的対応は、不十分ながらも、整備されています。しかし、人的・物的損害をともなわない「不具合」や「瑕疵(かし)」についての情報提供・消費者対応や、無料改修するかどうかなどは、事業者の判断に任せられています。「製品の不具合情報」について、業界の先鞭をつけるような充実化を図っていただきたいと思います。

次に、サプライチェーンへの適切な管理の中で、既に実施されている化学物質基準の実践とともに、汎用品部品の品質管理をより徹底させてほしいと思います。グローバル化が進む中、複数メーカーの同一ジャンルの製品群で、同一部品による品質問題が目立つようになったと思われてなりません。

日進月歩のエレクトロニクス分野ですが、世界のソニーとして、消費者の信頼を確保するための一層の取り組みを期待しています。

お客様：使いやすさへの取り組み

デジタル技術の進展により、商品は高性能化、多機能化し、操作が複雑になってきているのが現状です。そのような状況を踏まえ、ソニーでは、「使いやすさ」も製品品質の一つとしてとらえ、できるだけ多くの方に快適に使っていただける商品やサービスの提供を目指しています。

製品の「使いやすさ」

ソニーでは、より幅広いユーザーの方に、もっと気軽にハイビジョンビデオカメラを使っていただけるように、さまざまな改良・改善に取り組んでいます。

例えば、ハイビジョンビデオカメラ(HDR-HC3)では、「カメラを持つ」こと一つをとっても、そこには、握りやすさ、指がかり、手首の角度、重量バランスなど、持ちやすさに関係する数多くの要素が含まれています。

それらの各要素について、何種類もの試作品を作り、実際にユーザーの方に使っていただき、そこで得られたご意見を反映する形で商品化を進めました。また、撮影の際に煩雑な設定をしなくても、初めての方でも、なるべく失敗しないように「シンプルボタン」を設け、オート(自動)での撮影を可能としました。

手首に負担のかからない7度に傾斜させたグリップ。
手になじむフォルムで長時間撮影も快適

「お客様の声」が出発点

地上波デジタル放送が始まったことで、テレビが複雑なものになり、テレビ購入者アンケートからも「リモコンの使い方がわかりにくい」という声が多数聞かれるようになってきました。このような状況を踏まえ、テレビのリモコンを徹底的に使いやすくすることに取り組みました。ボタンはよく使うものに絞り、チャンネルボタンの面積を従来の約1.8倍と大きくしました。ボタンレイアウトやグルーピングを工夫するなどの改良を重ね、検証のためにユーザーテストを繰り返し行った結果、見た目にもシンプルで、実際の操作感も快適なリモコンを実現することができました。液晶テレビ“BRAVIA〈ブラビア〉”V2000シリーズおよびS2000シリーズには、このリモコンが搭載されています。

見やすく、押しやすく、使いやすくなった新シンプルリモコン

ゲームソフトの年齢別レーティング制度への取り組み

(株)ソニー・コンピュータエンタテインメント(SCE)は、ゲームを音楽・映画・テレビとならぶエンタテインメントの一つに育てたいと考え、幅広いユーザー層に向けプレイステーションビジネスを展開してきました。

ゲーム業界では、ゲームソフトのジャンルの広がりに対応し、購入時にどのくらいの年齢層を対象としたソフトであるか、といった商品情報を提供するために、日米欧各地域の業界団体(CERO/ESRB/PEGI)の年齢別レーティング制度を導入しています。特に、米国ESRBの制度は10年以上の実績をもっており、社会的に高い評価を得ています。一方、PEGIはエンタテインメント産業の自主規制の枠組みとして欧州委員会により支持されています。日本においても、レーティング制度の見直しを行うとともに、販売店の皆様の協力のもと「Z：18歳以上のみ対象」ソフトウェアの18歳未満のお客様への販売を自主的に規制するなど、レーティング制度の実効性を高めるための施策を推進しています。

また、SCEは、PSP®「プレイステーション・ポータブル」から、視聴年齢制限に対応するパレンタルロック機能をハードウェアに搭載しました。この機能は、2006年11月発売予定の「プレイステーション 3」にも搭載し、プレイステーションプラットフォームにおいて、お客様がレベルを判断してお子様に適切なコンテンツを視聴させることを可能にします。

SCEは、ゲームの表現が将来世代の育成と調和のとれたものとなるよう、レーティング制度の普及に向けた活動に積極的に取り組むとともに、社会にとって最適な仕組みの創出、改善に努めていきます。

URL
特定非営利活動法人コンピュータエンターテインメントレーティング機構(CERO) http://www.cero.gr.jp/
Entertainment Software Rating Board(ESRB) http://www.esrb.org/
Pan European Games Information(PEGI) http://www.pegi.info/

社員：雇用、労使関係

ソニーは、健全な雇用・労働環境の整備を実践し、各国・地域の適用法令を遵守して社員を処遇することを基本方針としています。また、事業活動においては経営層と社員間のコミュニケーションが大切であると考え、経営層の方針を社員に浸透させるとともに、社員の意見を経営に生かしています。

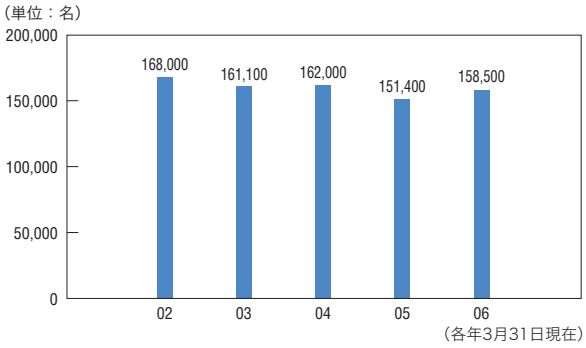
基本的な考え方

ソニーグループは、多様かつグローバルな環境で事業活動を行っています。また、エレクトロニクス、ゲーム、映画、金融など多岐にわたる事業分野で活動を行っています。特に、雇用・労働環境面では、グローバルに共通の方針や方向性を持ちつつ、多様な文化や地域性を尊重し、各国・地域に即した取り組みを行っています。

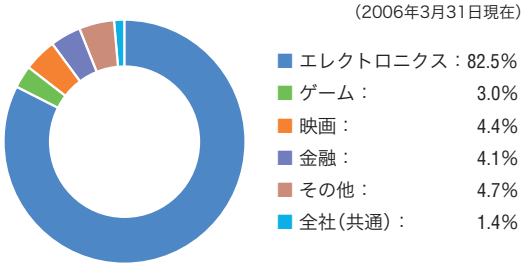
総社員数

総社員数は、日本、北米、欧州、東南アジア地域で構造改革にともなう削減を実施した一方で、東アジア地域の製造拠点において大幅に増やした結果、ソニーグループの2005年度末の人員は、前年度末に比べ約7,100名増加し、約158,500名となりました。

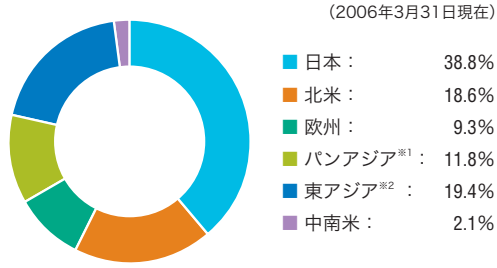
総社員数



ビジネス別人員構成



エリア別人員構成



※1 該当地域：東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア
※2 該当地域：中国本土、香港、台湾、韓国

中期経営方針に伴う労使コミュニケーション

ソニーは2005年9月に発表した中期経営方針にもとづき、競争力向上と経営体質強化に向け、構造改革と成長戦略を推進しています。構造改革では、事業の絞り込み、製造拠点の統廃合、組織・ビジネスプロセスの重複排除による間接部門の効率化等にともなって、成長領域への人材シフトや人員削減を行っています。

構造改革の趣旨や必要性については、社員に対し経営トップからメッセージを伝え、情報の共有と理解を促すとともに、それぞれのテーマに応じて、社員とコミュニケーションを図ってきました。また、ソニー(株)では、退職者に対して、早期退職プログラムなど、経済的支援を実施しました。

欧州では、ブラウン管テレビの生産終了にともない、液晶テレビを中心とした薄型テレビへの人材シフト、および製造事業所の閉鎖・縮小による人員削減を行いました。人員削減については、EICC※3の会合で説明を行うとともに、各事業所において労働組合との協議を重ねました。各事業所では、市場の状況を労使で共有し、閉鎖・縮小についての理解を得るとともに、退職する社員に対しては、再就職支援などのサポートを実施しました。

構造改革を進めるにあたっては、会社の目的を明確に伝えるとともに、社員との双方向のコミュニケーションを継続的に行っています。

※3 EICC(European Information and Consultation Committee)：欧州の経営層と社員代表が協議する委員会。

社員：多様性、機会均等

ソニーでは、人権尊重、機会均等の実現とともに、CSRの重点領域として、ダイバーシティ(社員の多様性)の推進に取り組んでいます。多様な考え方を理解し、適切に経営に反映することが大切であると考えています。

ソニーグループ行動規範における人権の尊重規定

2003年5月に制定した「ソニーグループ行動規範」では、人権に関して以下の点を定め、グループの人権関連規定や活動の基本としています。

(1) 雇用における機会均等
(2) 強制労働、児童労働の禁止
(3) 健全な雇用・労働の実践
(4) 差別のない健康的で安全かつ生産的な職場環境

これらは、国連で定められた「世界人権宣言」など、既存の国際基準を参照し、制定しています。さらに、エレクトロニクスビジネスのサプライヤーの方々にも、強制労働、児童労働の禁止をはじめ、各国の法令の遵守や社会規範を参照した「ソニーサプライヤー行動規範」※1の実践をお願いしています。

※1 16ページをご覧ください。

機会均等と差別の禁止

ソニーは、「ソニーグループ行動規範」において、求人、雇用、研修、昇進など、あらゆる局面において、応募者や社員を、人種、宗教、肌の色、出身国、年齢、性別、障害、およびその他ソニーのビジネス上の正当な利益と関連のない要素によって差別しないことをグローバルな基本方針とし、各国・地域での取り組みを実施しています。

日本では、国内グループ会社を網羅する、人権尊重理念にもとづく人権基本姿勢を制定しています。国内ソニーグループの人権担当者によるネットワークを構築し、基本姿勢を徹底するとともに、情報の共有を進めています。2005年度には、「ハラスメントの心理学」をテーマとした講演会などの人権啓発フォーラムの開催、セクシュアル・ハラスメント防止や、障害者、女性、外国人などの人権尊重への理解を深めるための研修など、人権に関するさまざまな取り組みを実施しました。

米国では、すべての事業領域において、雇用機会均等に関する明確なガイドラインを設け、差別を禁止しています。

ソニー・ヨーロッパ※2では、エレクトロニクスビジネスの欧州ソニーグループ各社を対象とする雇用機会均等基本方針を設けています。

※2 欧州のエレクトロニクスビジネスを統括するソニーグループ会社。

多様性の尊重

グローバルな競争、お客様のニーズの多様化など、目まぐるしく変化するビジネス環境の中で、顧客視点をしっかりととらえた製品・サービスの提供、斬新なアイデアや新しい価値の創造が求められています。こうした環境の中、社内にダイバーシティ(多様性)をとり入れ、社員のさまざまな個性や発想を生かしていくことが重要と考え、取り組みを行っています。国籍の多様化、現地人材の登用、マイノリティーや女性の活用、障害者雇用など、地域ごとに重点課題に取り組んでいます。

多様性推進への取り組み

ソニー・エレクトロニクス(米国)では、ソニーの顧客や米国労働人口構成の変化、多様性がビジネスに与える影響に対する理解を深める目的で、2004年、部長職相当以上を対象にダイバーシティ・ワークショップを開始しました。2005年には、eラーニングによるダイバーシティ研修を導入し、対象範囲を課長職相当以上に広げました。こうした研修への参加者は、2004年開始時より2005年度末までの累計で約800名に及んでいます。

さらに2005年10月、多様な人材の活用をより一層推進するため、特に女性、およびマイノリティーの活用にそれぞれ焦点をあてた2つの社内グループを発足させました。女性やマイノリティーを含め、多様な人材を雇用するための支援、人的ネットワークの構築と部門間を超える教育機会の提供、コーチングやメンタリングによるサポート、情報交換やコミュニケーションを促進するためのフォーラムの実施など、社員の意欲、生産性、満足度の向上を目的として活動しています。

ソニー・ピクチャーズエンタテインメント(米国)では、人事部門に多様性推進の担当部署を設置するとともに、関連社外団体との情報交換や連携、多様な人材確保を意識した就職説明会への参加、インターンシップ制度などを通して、マイノリティーや女性の雇用を推進しています。また、全社員の受講を必須とした、違法な差別・ハラスメントの予防などの研修コースを設けて、意識向上につなげています。

ソニー・オブ・カナダでは、雇用均等法にもとづき、女性、先住民、障害者、マイノリティーに配慮した雇用を推進していま

す。具体的には、多様な人材採用に関するネットワークの促進や小売営業部門における女性雇用の促進を図りました。特に、小売営業部門における女性雇用の取り組みでは、2004年に、問題意識を把握するため、女性社員を対象としたアンケートを実施したほか、研修内容の改善、女性に関連する職場環境や研修についての経営者への定期的な報告の実施などに取り組みました。

ジェンダー・ダイバーシティの推進

日本においては、多様な個性や価値観を持った社員一人ひとりが能力を最大限に発揮できる組織風土の醸成や組織の活性化を目指し、2005年7月、ダイバーシティ・プロジェクト(DIVI@Sony※1)が発足しました。このプロジェクトは、国内グループ会社社員で構成され、ダイバーシティの中でも最初のステップとして、ジェンダーに焦点をあて、女性のより一層の活躍を促進するための取り組みを行っています。マネジメント、および一般社員へのインタビューやアンケート調査を実施し、プロジェクトメンバーで定期的に議論を重ねることで、解決すべき課題や必要な施策について検討してきました。女性の登用を推進する組織環境整備、女性のキャリア支援、社内外情報発信、社員間ネットワーク構築などを柱として、調査結果をもとに施策の検討を進め、経営層への提言と同時に社員への働きかけを行っていきます。さらに、ホームページを作成し、活動の周知や情報の発信を行うことで、社員一人ひとりの意識改革につなげています。

また、女性の業種や業容を超えたネットワーク構築、さらなるキャリアアップを支援する目的で、2005年4月、任意の企業・団体により「ジャパン・ウィメンズ・イノベーティブ・ネットワーク」が設立されました。現在50の企業・団体で構築されていますが、ソニー(株)は幹事会社の一つとして積極的に参加しています。

DIVIの定例会議

欧州では、雇用・就業形態を継続的に整備し、女性の活用について積極的な取り組みを行っています。また、その進捗を経営層がレビューしています。2004年には、女性の雇用機会促進や働きやすい環境整備に向け、80名の女性にインタビューを実施しました。その結果を受けて、2005年には、ロール・モデルとなりうる女性管理職社員の体験談をイントラネット上で公開し、社内メンター制度を導入したほか、育児関連制度を見直し、欧州全域において一定の基準を確保するとともに、一部の地域では、必要に応じて勤務制度の見直しなどの施策に取り組んでいます。長期的には、専門職・管理職の女性比率を高めることを目的としています。

また、2005年3月には、CSRヨーロッパ※2の協力を得て複数他社とともにこの目的を達成するための優れた事例を共有し、取り組みを検討するための作業部会「ウーマン・イン・リーダーシップポジション」を立ち上げ参加しています。

※1 DIVI：Diversity Initiative for Value Innovation（呼称：ディーヴィ）ソニー(日本)における多様性推進プロジェクト。
※2 欧州にてCSRを普及させるNPO団体。

地域別女性社員、女性管理職比率※3

		2004	2005	2006	ベンチマーク※5
ソニーグループ(日本)	女性社員比率	28.0%	30.0%	29.0%	26.5%
	女性管理職比率	2.4%	2.9%	3.1%	2.6%
ソニーグループ(米国)	女性社員比率	38.1%	37.8%	38.0%	47.9%
	女性管理職比率	31.9%	32.7%	32.5%	35.2%
ソニーグループ(欧州)※4	女性社員比率	35.0%	36.0%	38.0%	40.2%
	女性管理職比率	13.5%	15.3%	17.0%	24.9%

※3 各グループ会社から提出されたデータにもとづく集計。日本、欧州は各年3月31日現在。米国は表示前年の7月31日現在。尚、グループ会社での法人間で管理職の定義が異なる場合があります。
※4 ソニーグループ(欧州)のエレクトロニクスビジネス。
※5 日本　平成16年度　厚生労働省賃金構造基本統計調査をもとに、従業員数1,000名以上の企業を対象として算出。管理職は、部長、課長の合計で計算。
米国　EEOC(米国雇用機会均等委員会)統計2003
欧州　HR指標ベンチマーク2006　欧州人的資源有効性レポート、サラトガ/プライスウォーターハウスクーパース

国籍の多様化

欧州は地域特性として、多数の国、言語、文化で構成されており、多様性への理解なしにビジネスを成功させることが難しい環境となっています。ソニー・ヨーロッパは、社員の多様性を重視し、欧州各国からのさまざまな国籍の人材だけでなく、欧州以外の国や地域からの人材を活用することによって、ビジネスに必要な多様な文化の理解、尊重が図れると考えています。2006年1月31日現在、ソニー・ヨーロッパでは多様な国籍の社員が働いており、その数は79カ国となっています。

ソニー(株)においては、従来、国籍を問わず、外国人に門戸を開いてきましたが、2001年以降、外国人の活用をより一層促進するため、主に近隣の東アジア諸国出身の新卒エンジニアを積極的に受け入れ、それぞれが活躍しやすい環境づくりに努めています。

パンアジアでは、ソニー・エレクトロニクス(シンガポール)と、パンアジアのエレクトロニクスビジネスを統括するソニー・エレクトロニクス・アジア・パシフィックで働く社員の多様化を促進しており、2006年2月28日現在、社員の国籍は13カ国となっています。

ソニー(株)の取締役・執行役構成

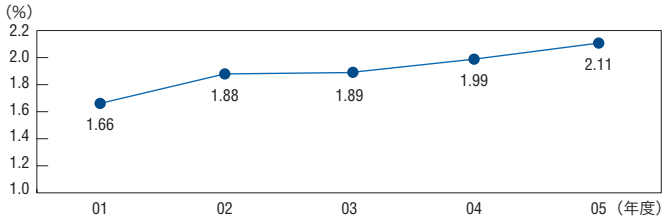
2006年6月22日現在、ソニー(株)の取締役は14名で、うち女性が1名、外国人が4名、また執行役は7名で、うち女性が1名、外国人が2名で構成されています。

障害者雇用

日本では障害者の雇用機会均等を進めるために、一定規模以上の雇用主が総社員数の1.8%以上の障害者を雇用することが法律で定められています。日本のソニーグループでは、就労意欲のある障害者に対して社会参加の機会を提供する活動を積極的に展開しています。

2005年度は、ソニー(株)の障害者雇用率が2.11%となっています。1987年設立のソニー・太陽(株)、2002年設立のソニー光(株)に続き、2003年にはソニー希望(株)が障害者に雇用機会を提供する特例子会社の認定を受けています。また、国内ソニーグループ全体での障害者の雇用を推進するために、ソニー(株)の障害者雇用推進室を中心として、グループ各社で取り組みを強化しています。

ソニー(株) 障害者雇用率※1



※1 4月から翌年3月までの各月末日における障害者雇用率を平均して求めた率。

ソニー太陽(株)では、デバイスからサービスまでの一貫生産体制の中で、作業者の疲労を軽減、障害を補完し、製造しているモデルの造り方を人にあわせるというコンセプトで、障害者が一人で製品をつくることが可能なカスタムセルを実現しています。

ソニー・太陽(株)カスタムセルでの作業の様子

(株)ソニー・ミュージックマニュファクチュアリングでは、各職場を対象としたアンケートを実施し、従事可能な業務を具体化、聴覚障害者の入社時期にあわせた手話教室の開催などに取り組んでいます。また、設備面でも障害者が働きやすい環境を整備しています。こうした取り組みにより、同社では2006年3月31日現在、3.65%の障害者雇用率を達成しています。

高年齢者雇用

2006年4月の高年齢者雇用安定法の改正にともない、ソニーグループ(日本)では、定年以降も就業を可能とする再雇用制度の整備を行っています。一例として、ソニー(株)では、2001年より導入している再雇用制度の一部見直しを行い、従来一般社員に適用されていたものを管理職層にも拡大、さらに契約更新の上限年数を延長しました。また、フルタイム勤務に加え、数種類のパートタイム勤務が可能なほか、国内ソニーグループを就業の場として視野に入れたものになっています。

社員：人事制度、人材育成

ソニーでは、一人ひとりの社員が最大限に力を発揮し、ソニーでの仕事がキャリアや人生を豊かにする魅力的な「創発の場」となる職場環境づくりを目指しています。また、社員に対し、十分な成長の機会、教育・研修を提供するため、さまざまな取り組みを行っています。

ソニーの人材育成

ソニーは、社員が新しいことにチャレンジし、自律的プロフェッショナルとして成長することのできる環境づくりに努めています。職場での日々の仕事を通じた育成に加え、次世代のリーダー育成、管理職のマネジメント力向上、個人の能力・専門性を高めるための教育や研修など、各地域のニーズに沿って展開しています。また、ソニー(株)で1966年に導入した社内募集制度に見られるように、社員が次のキャリアにチャレンジする意欲を尊重するとともに、適材適所の実現を図っています。

社員意識調査の実施

各地域において、社員意識調査を実施し、その結果をより良い職場環境づくりに生かしています。

ソニー(株)では、2004年度より、全社員を対象として、職場風土や個人の意識、マネジメント状況、社員の意見・要望と個別相談を確認する調査を実施しています。集計結果を材料として、各部門では、ディスカッションやワークショップの開催等、技術や職種を超えたコミュニケーションを促進し、組織活性化の施策につなげています。2005年度から統括職個人向けのフィードバックも実施し、マネジメント力向上を目指す契機としました。

中南米では、販売会社を対象として、2002年より定期的に社員意識調査を実施しています。調査結果を受けて、管理職を対象にマネジメントスキルやリーダーシップ力の向上を目的とした研修を継続して実施しています。

評価・処遇制度

社員一人ひとりの可能性を十分に引き出せるよう、ソニーでは、常に次の時代を見据えた評価・処遇制度を構築、運用してきました。ソニー(株)では、1992年、自己申告制度に目標設定とレビューを実施、さらに近年では、従来の職能格制度から、貢献に応じて相応の報酬を得る評価・処遇制度に刷新しました。この制度のもとで、個人は自律的なプロフェッショナルとして能力・専門性を高め、会社側は社員の貢献を公正に評価する仕組みを実現しています。

ワーク・ライフ・バランス

社員が、それぞれのライフスタイルに応じて能力を最大限に発揮できるよう、柔軟な勤務制度を整備しています。

ソニー(株)では、フレックスタイム制度やエキスパート制度(裁量労働制)に加え、育児・介護に携わる社員には仕事との両立を支援しています。「育児・介護休職」等の制度を法定の要請以上に整備し、男女ともに取得可能な制度運用を推進しています。「育児フレキシブル勤務制度」では、育児休職中の在宅勤務を可能にしています。こうした取り組みが評価され、2005年にファミリー・フレンドリー企業表彰「厚生労働大臣 優良賞」を受賞しました。

ソニー(株) 育児休職取得状況 (2005 年度)

取得人数	356名 (うち男性5名)
取得率	95%※1

※1 2005年度に出産した社員をもとに算出。

社員インタビュー
「育児休職を体験して」

石川 英憲
ソニー(株)
半導体事業グループ

私は長女が9カ月のころ、3カ月間の育児休職を取得しました。これは、子どもの成長が顕著である大事な時期に深くかかわりたいという思いと、先に育児休職を取得していた妻の職場復帰を早める目的からでした。当時、新規ディスプレイデバイスの開発に携わり、多忙な日々を送っていたのですが、「育児フレキシブル勤務制度」のパイロットとして、通常勤務の2割で在宅勤務を実施しました。

育児休職中の生活は、育児や家事だけでも大変で、仕事ができるのは子どもの寝ている合間という、とても慌ただしい毎日でした。でも、子どもとのかけがえのない充実した時間を過ごせただけでなく、限られた時間の中で成果を出すべく、仕事も効率良く行えるようになりました。復職後の仕事においても、この経験は非常に役立っていると感じています。今は、夫婦二人三脚で仕事と子育てに奮闘する毎日です。

ソニーの価値創造に貢献した社員への表彰制度

2003年度にソニーMVP認定制度が導入されました。これは、特に専門技術・知識を活用・発揮し、ソニーの価値創造に貢献した社員を顕彰する制度で、世界中のソニーグループの社員を対象としています。これにより、社員一人ひとりが積極的にチャレンジングな課題に取り組み、さらに大きな価値を創出することを目的としています。2005年度は、37名がMVPとして認定されました。

将来を担うビジネスリーダーの育成

2000年、ソニーグループの将来を担うビジネスリーダーの育成を目的として、ソニーユニバーシティーが発足しました。

これはソニー独自の社内教育機関で、2005年度は5つのプログラムを中心として各国・地域の多様なビジネス領域から集まった約200名の社員が受講しました。各プログラムでは、トップマネジメントと参加者が直接対話を行います。内容としては、社内外の有識者との議論を踏まえた経営課題についての提言や、あるテーマについて現場の社員が経営者と率直に意見交換するなど、トップマネジメントが現場の状況を把握するとともに、経営にかかわるメッセージをダイレクトに伝える場となっています。

また、プログラムの一環として、製造事業所における人材をグローバルに育成するための研修も行われています。

現地リーダーの育成

ソニーは、「グローバル・ローカライゼーション(グローバルな経営にもとづいた現地化の推進)」を基本理念とし、各地域・各国での人材を活用することを基本としています。

ソニー・チャイナでは、2005年度より「マネジメント・アソシエート・プログラム」を導入しました。このプログラムは、優秀な新入社員の確保・育成を目的とし、入社後1年間のOJTと研修、2年間の海外でのOJTにより構成され、将来的にソニー・チャイナを担うリーダーを育てることを目的としています。

また、リーダーや中間管理層における中国人の登用を促進するため、2000年からMBAプログラムにもとづく「ソニー・CEIBS※1マネジメント開発プログラム」を継続しています。このプログラムの運用が部門間のコミュニケーションの土台となり、現地社員の育成に結び付いています。

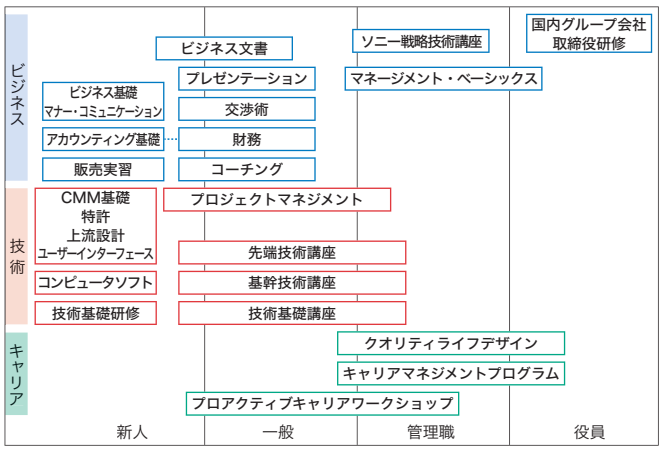
パンアジア地域においては、将来を担う人材の採用と育成を目指した経営幹部育成プログラムを継続して実施しています。このような取り組みを受け、地域内各社でも育成プログラムの構築を始めました。一例として、ソニー・インドでは、現在、および将来のビジネスの成長を支えるリーダーの採用・育成を目的とし、2005年度より中間管理職を対象とした新しいプログラムを導入しました。これにより、ビジネスを牽引する経営幹部の現地化を推進していきます。

※1 China Europe International Business School（中欧国際工商学院）

多様なニーズに応じた体系的な研修プログラム

各地域・事業領域において、新入社員から役員までを対象としたさまざまな研修プログラムを展開しています。

研修体系事例：ソニーグループ(日本)



ソニーグループ(日本)では、特に、重要な基幹技術の継承や最新の技術力を高めるための技術研修を強化しています。技術の各領域においてソニーの第一線の専門性を持つ約200名の社員が、講師として活躍しています。

2005年度は、ソフトウェアの品質向上のための「プロジェクトリーダー養成講座」を重点項目とし、また、現場力強化を目的として、モノづくりの基本である「生産力向上技術講座」なども新規に立ち上げました。2005年度の技術系研修は、延べ7,800名の社員が受講しました。

さらに、管理職のマネジメント力向上を目的とする研修「マネジメントベーシックス」を2003年度から実施しています。この研修は、コーチングやリーダーシップのありかた、部下の取り組みをどのように見て育成につなげるかなどについて、40時間のeラーニングと2日間の集合研修を通じて学ぶ構成になっています。2005年度は約1,000名が受講し、これまでの受講者は3,600名以上となっています。

社員：職場環境、安全衛生

ソニーは、雇用・労働の健全性を確保し、健康的で安全かつ生産的な職場環境を維持するように努めています。

基本方針とマネジメントシステム

ソニーは、ソニーで働くすべての人の安全と健康を守るために、1998年に「ソニー安全衛生基本方針」を制定しました。この方針では、全世界の事業所が立地するその国、地方の安全衛生関連法令を遵守する一方で、自主的に推進される活動内容を明確化しています。

この方針を実践するために、ソニーでは、事業所ごとに労働安全衛生マネジメントシステムを継続的に推進しており、事業所ごとに、この方針に沿った目標を掲げて継続的に取り組んでいます。また、労働安全衛生マネジメントシステムでは、人の安全と健康に影響を与えるものとして、火災・地震対策、さらにはテロ対策などを扱うセキュリティ活動も含めて総合的な安全衛生活動を推進しています。

リスクアセスメント

ソニーは人命と資産に脅威を与えるリスクに対して、その被害の状況や程度を事前に予測し、考えられる予防対策や管理施策を事前に実行することによって、リスクの顕在化を防いでいます。また、労働災害、火災、地震、悪天候、事業所セキュリティに関する独自のチェックシートを活用することにより、潜在するリスクを明確化し、各事業所が実行している労働安全衛生マネジメントシステムの中で、継続的にこれらのリスクの低減と管理に努めています。

ソニーセミコンダクタ九州(株)鹿児島テック クリーンルームのガス安全対策確認風景

安全のための取り組み

ソニーは、グローバルな労働安全衛生マネジメントシステムや関連プログラムを通じて、社員の安全な労働環境を確保するために、地域や国ごとに即した取り組みを行っています。

ソニー・テクノロジー(タイランド)アユタヤテクノロジーセンターでは、優れた安全衛生活動が評価され、タイ国労働大臣より安全賞を受賞しました。具体的には、以前は手作業で行っていたテレビの持ち上げ作業をすべて機械化したことなどが評価されました。

テレビの持ち上げ作業をすべて機械化したソニー・テクノロジー(タイランド)アユタヤテクノロジーセンター

欧州については全域にわたって、PDCA※1にもとづいた環境・安全衛生マネジメントシステムの導入を進めています。2004年度より開始した労働安全衛生方針、労働安全衛生マネジメントシステム、危険、有害な作業に対する安全衛生対策など幅広く網羅したeラーニングによる研修には、2005年度末までに350名以上の管理職層が受講しました。2006年は、欧州地域の優れた社内労働安全衛生活動を表彰する労働安全衛生ベストプラクティス賞を新設し、受賞した事業所の顕著な活動は模範事例となっています。

※1 方針・計画の策定(Plan)、実行(Do)、点検(Check)、経営層による見直し(Act)、という繰り返し。

労働安全衛生ベストプラクティス賞を受賞した、ソニースペインバルセロナ流通センターの腰痛予防のための、箱を引き出す工具の開発

グローバル労働災害統計

ソニーでは、2001年度より、グローバルな労働災害統計データ収集システムを構築し、地域ならびに国ごとの労働安全衛生統計を年次で収集しています。この統計をもとに、地域、災害、疾病、原因ごとにソニーの活動状況を把握し、傾向について分析しています。また、安全衛生活動の改善策の一つとして、コーポレート監査を定期的に実施しています。2005年度の労働災害統計は、全般的に改善傾向にあります。職場災害の主な原因は、転倒、転落、組み立て工程や治工具の取り扱いにおける作業姿勢等に起因する問題などでした。

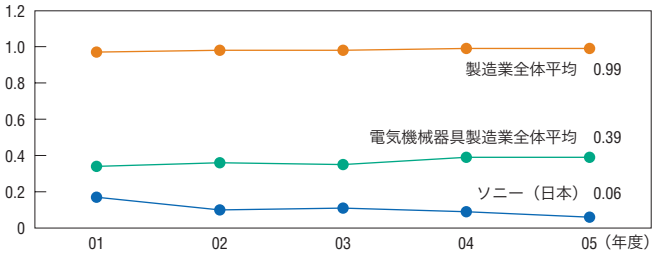
日本においては、生産設備や化学物質に対する使用開始前のリスクアセスメントの徹底や、労働安全衛生マネジメントシステム導入による継続的な作業リスクの低減・管理活動により、休業災害度数率が減少しています。

米州では、パソコン等使用時の作業姿勢の改善、職場安全巡回の励行による危険箇所の改善、継続的な研修といった啓発活動により全般的に災害頻度が改善しました。

パンアジアと東アジアでは、安全活動に関する継続的な活動により度数率の改善と安全に関する認識が向上しています。これらは、作業姿勢の改善による作業者の筋骨格系への負担減少や安全リスクアセスメント評価、継続的なトップマネジメントの労働災害減少に関するコミットメントや啓発などが主な改善理由となっています。

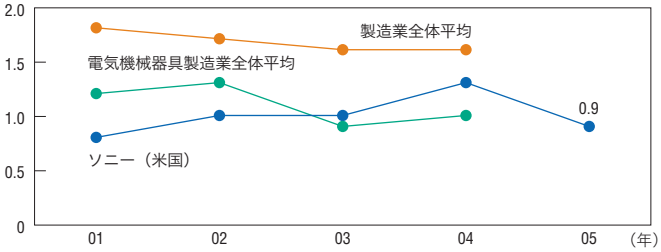
欧州では、ソニーシックスシグマを利用した地域共同安全プロジェクトの導入により全般的に災害統計が改善されています。

日本労働災害統計※1



※1 休業災害頻度率＝休業1日以上の災害発生件数÷延べ実労働時間数×1,000,000

米国労働災害統計※2



米州労働災害統計※2（米国除く）

（年）

国	2001	2002	2003	2004	2005
ブラジル	N/A	N/A	1.7	1.6	0.6
カナダ	N/A	N/A	N/A	N/A	4.1
メキシコ	N/A	2.4	3.5	2.0	1.4

※2 災害頻度率＝休業を要する災害発生件数÷延べ実労働時間数×200,000。災害頻度率には、ソニーの製造事業所の派遣社員と正社員がすべて含まれます。電気機械器具製造業の災害頻度率はNAICSコード3343"家庭用オーディオ・ビデオ機器"にもとづきます。上記のソニーの統計値には当社のCRTの製造会社の災害頻度率(2003年のCRTのBLS値が1.4、ガラスのBLS値が1.8)が含まれます。ブラジルの値には、一部の製造事業所は含まれていません。カナダの集計範囲は2005年に変更となっています。

パンアジア、東アジア労働災害統計※3

（年度）

国・地域	2001	2002	2003	2004	2005
マレーシア	N/A	2.2	1.2	2.9	1.5
シンガポール	N/A	1.6	1.4	0.7	1.3
タイ	N/A	0.1	0.2	0.5	0.1
中国本土	0.5	0.4	0.3	0.3	0.2
韓国	N/A	1.7	1.1	1.9	1.7

※3 度数率＝休業1日以上の災害発生件数÷延べ実労働時間数×1,000,000。度数率には、ソニーの全社員および製造会社内のソニーの派遣社員が含まれます。

欧州労働災害統計※4

（年）

国		2001	2002	2003	2004	2005
オーストリア	ソニー	13.5	13.3	12.5	13.5	17.7
	国内産業	38.0	37.0	39.0	39.0	38.5
フランス	ソニー	34.7	28.5	26.8	25.4	16.7
	国内産業	42.8	43.0	40.9	N/A	N/A
ハンガリー	ソニー	26.5	13.2	35.6	26.9	18.2
	国内産業	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
スロバキア	ソニー	9.4	13.7	15.6	9.4	7.7
	国内産業	15.4	14.6	13.0	10.5	N/A
スペイン	ソニー	105.3	142.9	116.6	120.6	123.0
	国内産業	110.4	105.2	99.6	102.4	N/A
イギリス	ソニー	23.7	25.2	30.5	18.6	7.7
	国内産業	11.3	11.6	10.8	10.2	N/A

※4 災害頻度率は、1,000人当たりの災害発生件数。国ごとに労働災害統計の定義が異なります。法律の定めるところにより、スペインの統計値に職業病および非職業病の両方が含まれています。このように定義が異なるため、その他の欧州諸国との直接的な比較はできません。

アスベスト問題への対応

ソニーでは、1970年代後半以降、ソニー国内グループ会社において、断熱性や耐火性を高めるためにアスベストが吹き付けられている箇所について、除去ならびに飛散しないように対策を実施してきました。しかし、近年の日本でのアスベストへの関心の高まりを受け、2005年10月に国内ソニーグループが入居するすべての建物について、改めて調査を行いました。その結果、一部の鉄鋼材などに吹き付けアスベストの使用が確認されましたが、管理状態が良好であり、アスベストが空気中に飛散する恐れはありませんでした。吹き付けアスベストが露出している場合は、周辺空気中のアスベスト濃度を定期的に測定し、法令で定める管理濃度未満であることを確認しています。

また、生産工程におけるアスベスト使用についても調査を行った結果、日本において1980年代に接着剤の基材やブラウン管の生産工程におけるコンベアのクッション材として使用されていたことが判明しました。当時、作業者に対するアスベスト曝露防止対策は講じられていましたが、念のために2005年12月から当時作業者全員に健康診断を実施しています。

これらの調査結果を受け、ソニーは2005年12月に「ソニーアスベスト管理指針」を制定しました。今後はこの指針に則り、アスベスト使用箇所の定期調査および代替計画の推進、解体工事の際の曝露防止対策などを行います。

また、2005年に、ソニー宮城(株)なかだ事業所においてアスベスト除去工事を行い、関連法令にしたがって工事を完了しました。施工に関しては、環境省が全国的に実施した除去工事中のモニタリング事業所の一つとして協力し、敷地境界における空気中のアスベスト濃度が環境省の定める基準値未満であることが確認されました。

社員の健康

ソニー(株)では、社員が健康に働ける職場づくりを目指しています。主に、定期的な健康診断による健康管理、健康全般に関する相談、インターネットを活用した情報配信による社員啓発などの活動に取り組んでいます。

食生活の変化、運動不足によって増加しているといわれる生活習慣病についても、特に企業で働く社員の場合は、長時間勤務による運動不足、不規則な食生活との密接な関係が考えられます。働く環境では、業務の複雑化、産業構造の変化、労働形態の多様化にともない、長時間勤務やメンタルヘルスに対する対策の必要性が年々高まっています。長時間勤務者に対しては、定期的に産業医等の面談を実施するとともに、社員本人の希望にもとづく健康相談に随時対応し、個々の健康問題に対処しています。また、メンタルヘルスについては、早期発見と未然防止のため、職場の中心となる管理職に対して研修を実施しています。さらに、心と身体の相談窓口を社内外に設け、仕事上の悩みも含めてさまざまな悩みや不安の相談に対応しています。

HIV/AIDSの取り組み

ソニーは、HIV/AIDSが人類にとって緊急の重要課題であると認識し、影響の大きい地域での重点的な取り組みを行っています。

取り組み事例として、ソニー・デバイス・テクノロジー(タイランド)(以下、SDT)では、HIV/AIDSの認識を高めるための研修を1993年から始めており、1998年にはHIV/AIDS方針を制定しています。この方針には、雇用における差別の撤廃をはじめ、研修の実施や社員の医療情報保護などが含まれています。タイでは薬物乱用が社会問題となっており、SDTは薬物乱用防止方針とHIV/AIDS方針をあわせて、対策を進めています。

ソニー・サウス・アフリカでも、HIV/AIDS対策に取り組んでいます。雇用や職場におけるHIV/AIDS患者への差別を避けるとともに、医療専門家を招き、予防方法や感染源などに関する講演を聞くなど、HIV/AIDSの認識を深める活動を随時行っています。また、2005年からは、コミュニティープログラムの一環として、学校に通うHIV/AIDS患者の生徒たちに対して医薬や食事面での支援やHIV/AIDSに関する認識を向上させる活動を行っています。(コミュニティープログラムの詳細については、35ページをご参照ください)

コミュニティー：社会貢献活動

ソニーの社会貢献活動は、事業活動を行う世界の各地域において、ソニーの得意とする分野で、時代や社会のニーズに応えることを方針としています。

ソニーの社会貢献活動

ソニーの創業者である井深大は、ソニーの設立趣意書に「国民科学知識の実際的啓発」をソニー創業の目的の一つと位置づけました。また、設立から13年後に、理科教育において優れた教育を目指している小学校を支援する「ソニー理科教育振興基金」を設立しました。戦後間もない日本において、科学技術の振興こそが社会を立て直す、そのためには次世代を担う子どもたちの理科教育に注力することが重要と考えたのです。

事業活動の拡大、グローバル化にともない、さまざまな分野において世界各地で社会貢献活動を展開する現在も、ソニーの得意分野で時代や社会のニーズに応じた貢献をしていくという、設立以来の考え方が受け継がれています。

体制

世界各地のソニーグループ会社、ソニーの財団において、社会貢献活動を行っています。2005年度はソニーグループの社会貢献活動方針の検討、情報共有の場として社会貢献委員会を発足させました。

社会貢献活動の体制

社会貢献活動方針
事業活動を行う世界の各地域において、ソニーの得意とする分野で、時代や社会のニーズに応える活動を行う。

ソニーグループ各社における取り組み

各社独自の社会貢献プログラムの実施

社員のボランティア活動の推進
- Someone Needs You
- ソニー・マッチング・ギフト制度

ミュージアムの運営

ソニーの財団における取り組み

(財)ソニー教育財団

(財)ソニー音楽芸術振興会

ソニー・アメリカ財団

ソニー・オーストラリア財団

ソニー・カナダ科学奨学財団

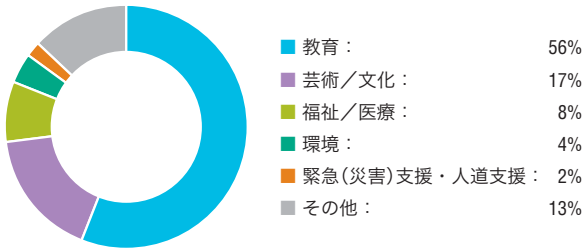
ソニー・ヨーロッパ財団

2005年度の活動概要

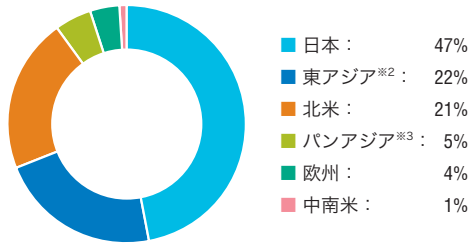
社会貢献活動方針に沿って、科学教育をはじめとする教育分野での活動や、芸術・文化へ資する活動を中心に、ソニーの技術や製品を生かし、事業活動を行う各地域で社会貢献活動に取り組みました。2005年度のソニーグループ全体の社会貢献活動支出※1は、総額で約42億円となっています。

※1 社会貢献活動支出には以下のものを含んでいます。
a)寄付金、b)協賛金、c)自主プログラム経費、d)寄贈した製品の市場価格、e)人的支援(勤務時間内に行った人的支援の時間数をもとに算出)、f)施設開放(地域の活動等への自社施設の開放を、施設利用料をもとに算出)

社会貢献活動支出の分野別内訳



社会貢献活動支出の地域別内訳



※2 中国本土、香港、台湾、韓国
※3 東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア

コミュニティー：地域とともに

ソニーは地域社会とのより豊かな関係づくりを目指して、世界各地のソニーグループ各社・各事業所、ソニーが支援する財団で、それぞれの地域のニーズに応える活動を行っています。また、社員によるコミュニティーへの参画を促進するよう、ボランティア活動を支援する制度の拡充に取り組んでいます。

地域性を重視した活動

ソニーは事業活動を行うそれぞれの地域社会において、地域の特性を生かした活動に取り組んでいます。各地の社会状況や文化的・歴史的背景などにより、地域のニーズが異なることから、ソニーはこのような多様性を重視した活動への取り組みを心がけています。

また、ソニーは、社員一人ひとりによるコミュニティーへの参画を支援する制度の拡充に取り組んでいます。社員が地域社会とかかわることは、一市民として社会に貢献するだけでなく、社員自身の視野を広げ、社会性を育む機会になると考えています。

2005年度は、21カ国で延べ約30,000人のソニーグループ社員がボランティア活動を行いました。

各社で実施されたプログラムのいくつかをご紹介します。

教育プログラムへの支援（米国）

ソニー・ピクチャーズエンタテインメント（SPE）は、芸術教育機関であるカリフォルニア・インスティチュート・オブ・ジ・アーツ（カルアーツ）コミュニティ・アーツ・パートナーシップ、ロサンゼルス文化部と共同で「ソニー・ピクチャーズ・メディア・アーツ・プログラム」を継続して開催しています。

メディア・アーツ・プログラムは、地域の子どもたちがカルアーツの職員、卒業生、学生から、スケッチ、絵画、アニメーション、メディアアートを学ぶプログラムです。

ロサンゼルスの5つのコミュニティーセンターで、10歳から14歳の子どもたちを対象に、週2回、放課後にワークショップが行われます。SPEは2005年、このプログラムで使用するパソコン、デジタルビデオカメラなどの新しい機材や記録媒体を寄贈しました。

また、ソニー・コーポレーション・オブ・アメリカでは、ニューヨーク市の貧困地域の学校の、教育環境をよくするための奨学金を継続して支援しています。

ソニー・ピクチャーズ・メディア・アーツ・プログラムで映像機器を使って学ぶ様子

コミュニティー・アップリフトメント・プログラム（南アフリカ）

ソニー・サウス・アフリカはコミュニティー・アップリフトメント・プログラム（CUP）を2005年より開始しました。失業率の高い、アレクサンドラ地域の2つの学校で、子どもたちの教育環境を改善するため、芸術文化、科学技術、スポーツ、健康、教育、環境の分野から、毎月１つのプロジェクトを選んで活動を行っています。

また、CUPでは、HIV/AIDSも重要なテーマとしています。南アフリカは、HIV/AIDSの感染率が高く、多くの子どもたちが孤児になったり、本人も感染したりしています。CUPでは、学校や政府と共同で患者とその家族に、食料や薬を提供したほか、教育プログラムを実施しました。

HIV／AIDSの教育プログラム

ソニー・ネイチャー・フォトグラフィー・プロジェクト（マレーシア）

ソニー・マレーシアは、「自然と生きる」をテーマとした「ソニー・ネイチャー・フォトグラフィー・プロジェクト」を2005年より開始しました。このプロジェクトは、写真を通して、自然環境への意識の向上を目指すもので、プロの写真家による講演会をはじめ、100人の中学生と先生が参加したネイチャー・キャンプ、自然写真コンテストとその展示会を行いました。

また、自然写真コンテストは、アマチュアの写真家と中学生、それぞれを対象に行い、2,000を超える応募作品の中から16作品を選び、受賞者にはソニー製品と賞金を贈りました。

自然の中で行われたキャンプ

ソニーのボランティア活動

Someone Needs You

「Someone Needs You(誰かがあなたを必要としている)」(頭文字でSonyを表す)は、地域社会との豊かな関係づくりを目指す、社員向けのボランティア活動推進プログラムです。世界各地のソニーグループ会社が、それぞれの地域のニーズに応じたボランティアプログラムを検討・企画し、社員への参加を呼びかけます。ここでは、2005年度に行ったボランティア活動の中からいくつかの活動をご紹介します。

Russia

ロシアからのレポート

公園の清掃

ソニーCISの社員22人が参加してモスクワの国立公園を清掃しました。この公園は、モスクワの市民に親しまれている公園ですが、資金難により公園の整備が十分でなかったため、清掃のボランティア活動を行いました。

私たちは公園中央の入口付近で、人々によく利用されているのに長い間整備されていなかった場所を中心に清掃しました。当日は気温が高かったので、短時間で集中して取り組みました。

このイベントは、公園管理局から感謝されたほか、参加したソニーCISの社員にも好評でした。

ソニーCIS
イヴァン・クマリン

South Korea

韓国からのレポート

ハッピー・メロディー・デー

ガンなどの重い病気で入院している子どもたちを励ますため、韓国のソニーグループ社員約80人が病院を訪問し、「ハッピー・メロディー・デー」と題してイベントを行いました。

イベントでは、社員によるバンド演奏のほか、子どもたちと一緒に歌を歌ったり、ソニーBMG・ミュージック エンタテインメントのアーティストによるコンサートを行ったりした後、キャラクターに扮した社員が病室を回り子どもたちにプレゼントを贈りました。

ソニー・コリアでは、6年間にわたり、子どもたちや環境保全のために最善を尽くすことを目指して活動を行ってきました。社員の一人として、当社の社会貢献活動を誇りに思っています。また、社員のCSRイベントへの参加を促進したことで、地域との関係の重要性について社員の理解が深まりました。これからも社員とともに、さまざまな活動に取り組んでいきます。

ソニー・コリア
ハエナ・ウー

Singapore

シンガポールからのレポート

環境イベント

恵まれない家庭の子どもたちとシンガポールのソニーグループ社員、合計約400人が、再生水「ニューウォーター」の訪問センターを訪れました。参加者は、1日をかけて資源の再利用、緑化などに関する環境問題について、ゲームを通して楽しみながら学んだほか、施設内に設けられた環境保護活動に関する展示を見学しました。今年のテーマ「ホーム・トゥ・ケア」は、地域社会や環境に配慮することの重要性を多くの人々に再認識してもらうことを狙いとしています。この環境イベントは、1999年より7年にわたり、シンガポールの行政機関と共同で行われています。

私はこのイベントの組織委員会委員長を務めたことを光栄に思っています。今年のイベントは、社員が子どもたちの指導者の役割を果たす点が初めての試みでしたが、招待された子どもたちがイベントでの体験を通して、地球環境の保護について楽しんで学んでくれたことが喜びでした。このイベントで、ソニーが地域社会に貢献できたこと、また環境意識の向上に役立てたことを嬉しく思います。

ソニー・エレクトロニクス・アジア・パシフィック
ムスタファ・イブラヒム

Japan
日本からのレポート
環境美化活動

仙台のソニーグループ社員とその家族、また地域住民の方々、延べ485人が参加して、市道の清掃活動や多賀城市の花壇へ花の苗を植える活動を行いました。この活動は2000年より年2回継続して行っており、社員や地域住民の方々にも定着したボランティア活動となっています。自然とのふれあいを通して環境学習の場としていることもあり、子どもたちが主体的に笑顔で花を植えている姿や「手作り竹とんぼ教室」で竹とんぼを楽しそうに飛ばしている姿を見たときは、担当者としても嬉しくなります。今後も、継続して実施していきたいと思います。

ソニー株式会社
本多 進司

America
米国からのレポート
教育活動支援

サンディエゴのソニー・エレクトロニクスでは、非営利団体であるジュニア・アチーブメントやローリング・リーダーズの活動を通して、教育活動を支援しています。

ジュニア・アチーブメントのプログラムでは、ボランティア社員が、小学１年生から５年生の子どもたちに対して、6週にわたり週に１回、経済教育の授業を行い、ビジネスや経済の基本概念や、職場と教育がどのように関係するかについて教えました。

また、ローリング・リーダーズと協力した活動では、ボランティア社員が1年間、週に１回幼稚園や小学校を訪れ、教室で本を読み聞かせました。このほか、ソニー・エレクトロニクスは、学校への本の寄贈も実施しました。

社員が子どもたちと直接接する、ジュニア・アチーブメントやローリング・リーダーズのプログラムは、多くの良い点があります。ボランティア社員にとってもためになる活動で、また社員は地域の子どもたちと活動することの重要性を理解しているので、このプログラムを気に入っています。

ソニー・エレクトロニクス
ロザンヌ・ブラウン

緊急人道支援

ソニーでは、大規模な自然災害や地域紛争などの際に、人道的な立場から、被災された方々などへの緊急支援を実施しています。

米国ハリケーン

米国南部に甚大な洪水被害をもたらした米国ハリケーンによる被災者に対し、ソニー・コーポレーション・オブ・アメリカが中心となり、さまざまな支援活動を行いました。

米国や日本では、社員から寄せられた義援金と同額を会社からも一緒に寄付するなどの支援を行いました。そのほか、ラジオを被災地へ提供したほか、テレビ放映用のチャリティコンサートのためにスペースを無償で貸し出しました。

パキスタン地震

パキスタンやインド、アフガニスタンに大規模な被害をもたらしたパキスタン地震の被災者に対して、ソニーグループではさまざまな支援を実施しました。

日本国内のソニーグループ社員対象の募金活動では、寄せられた義援金に会社からの同額寄付を加えて国際人道支援機関ジャパン・プラットフォームへ寄付しました。さらに、地震発生の3カ月後には、国内ソニーグループ社員向けに、現地の支援活動に関する同団体の報告会を開催しました。

また、東京・銀座 ソニービルでは、パキスタン地震の救援募金の受け付けならびに、パキスタン地震発生後から現在までの被害状況やNGO活動状況などの報告を行い、支援の呼びかけに協力しました。

ソニー(株)本社で行われたジャパン・プラットフォームによる報告会

コミュニティー：次世代を担う子どもたちのために

For the Next Generation

ソニーは、心に深く響く体験を通して、次世代を担う子どもたちの豊かな創造性を育むことを目指しています。

ワークショップに参加した子どもたちが、「ドン・ジョヴァンニ」を題材にした寸劇を大勢の観衆の前で披露しました。

子どもたちに贈るオペラ“ドン・ジョヴァンニ”

(財)ソニー音楽芸術振興会

(財)ソニー音楽芸術振興会では、スペシャル・コンサート・シリーズと題して、子どもたちに一流の芸術家が創造する音楽を体験してもらうためのプログラムを毎年開催しています。2005年度はベルギー王立歌劇場(モネ劇場)の来日に合わせて「子どもたちに贈るオペラ　ドン・ジョヴァンニ」を開催しました。音楽監督・大野和士氏の指揮とお話で、子どもたちにもわかりやすく解説を交えながらハイライト版を上演しました。

ベルギー王立歌劇場は子どもを対象にしたワークショップやオペラ公演を行うなど、音楽教育にも力を入れている歌劇場で、今回のオペラ公演に合わせ、同歌劇場教育プログラム担当者が来日し、ぐんま国際アカデミーでのワークショップを開催しました。参加した子どもたちは、モーツァルト作曲「ドン・ジョヴァンニ」を題材にして、楽曲について学ぶだけでなく、登場人物の感情表現の方法やモーツァルトの人間像についても楽しく学びました。また、ワークショップの成果を寸劇にして、大勢の観衆の前で披露しました。

ベルギー王立歌劇場音楽監督 大野和士氏からのメッセージ

大野和士氏
ベルギー王立歌劇場
音楽監督

お子さんたちに、オペラを、しかも「ドン・ジョヴァンニ」をということで、当初、理解するのが難しいのでは、という声もありました。でも、私たちには、必ず成功するという確信があったのです。普段の生活の中では、ある意味で教えることが困難な、「愛」「憎しみ」「嫉妬」「絶望」「戦争」「さまざまな国々や人々」といった事柄は、オペラの中に自然な形で凝縮されています。人間として、これからの人生で皆、宿命的に体験することを、モーツァルトの音楽の魔術を通して、直感的に味わうというのは、なんとスリリングなことでしょうか。こういう経験を通して、感受性の強い、人とのコミュニケーションをスムーズに取れる人間に成長してほしいと、願わずにはいられません。

ソニー音楽芸術振興会の関係者の皆様に、この機会をつくってくださったことを感謝申し上げると同時に、さらなる継続を心より祈念いたします。

URL (財)ソニー音楽芸術振興会 http://www.smf.or.jp/

ソニー・ムービー・ワークス

ソニー株式会社

ソニー(株)は、映像制作を通して中学生・高校生の創造性を育むことを目指すプログラム、ソニー・ムービー・ワークスを開催しました。作品企画の審査を通過した中高生は、ワークショップに参加し、企画から撮影、編集、音響などを学んだ後、実際の映像作品づくりに取り組みました。

作品の制作にあたり、ソニーグループから参加するボランティア社員がチューターとして各チームの作品づくりをサポートしたほか、ビデオカメラや編集用のパソコン等が提供されました。

上映会では2005年度のテーマ「夢」について中高生ならではの感性で表現した、個性あふれる作品が上映され、優秀な作品が表彰されたほか、それぞれの作品に対し審査員からの講評が伝えられました。

ソニー教育財団

科学の泉ー子ども夢教室

(財)ソニー教育財団

子どもたちが科学を通じて好奇心や創造力を伸ばし、勇気を持って新しいことに挑戦できる人に育つことを目指して、(財)ソニー教育財団はさまざまな取り組みを行っています。

2005年からスタートした、小・中学生対象の「科学の泉ー子ども夢教室」は、ノーベル化学賞受賞者の白川英樹先生を塾長に自然とのふれ合い、科学に関連したさまざまな活動、先生や仲間たちとの生活を通して、子どもたちに人としてのあり方やすばらしさを感じてもらおうという企画です。

初日、白川先生の「自然に学ぶ」をテーマにした講話を受けた後、異なる学年の子ども同士のグループに分かれ、自然の中から研究課題を見つけ出し、5日間をかけて課題追究に取り組みました。「カナヘビはなぜ垂直な木にのぼれるの？」や「アリはどんな種類の虫を巣に運べるのか？」など、グループごとに見つけ出したユニークな課題に対して、グループ内で話し合ったり、調べたりし、その成果を最終日の報告会で発表しました。

子どもたちはそれぞれの「なぜ」に対して、自然の中で深く考え、じっくり追究し、充実した５日間を過ごしました。

URL (財)ソニー教育財団 http://www.sony-ef.or.jp

ソニー愛心勉学援助プロジェクト

ソニー・チャイナ

中国農村部の貧困地区では、授業に使う机と椅子の不足や老朽化、黒板の反射光による子どもたちの健康への影響が問題になっています。ソニーは子どもたちの教育環境を整えるため、机や椅子、黒板の寄贈を2003年より継続して行っています。これまでに、16省、約60校に支援を行いました。また、支援を行った学校へは後日、社員が訪問し、子どもたちとの交流の機会を持っています。

また、電子デザインコンテストを10年にわたり中国の教育部・情報産業部と共同で行っているほか、植樹やゴミ拾いのボランティア活動にも継続的に取り組むなど、さまざまな活動を行っています。

社員インタビュー
「ソニー愛心勉学援助プロジェクトを担当して」

呂暁光
ソニー・チャイナ

業務上、多くの社会貢献活動に参加してきましたが、その中で最も印象深かったのは、ソニー愛心勉学援助プロジェクトです。支援をした農村部の小学校へ実際に見学に行き、子どもたちと直接コミュニケーションが取れたことはとても貴重な経験でした。全く新しくなった机に座る子どもたちの笑顔や瞳の奥にある希望に満ちた表情が忘れられず、また行きたいと思うことがよくあります。今後も、さらに多くの学校に、この活動を広げていければと願っています。